

旅游学刊®

TOURISM TRIBUNE

国家社科基金资助期刊·中国最具国际影响力学术期刊(人文社科类)

全国中文核心期刊·中国人文社会科学核心期刊·CSSCI来源期刊

A Journal of the National Social Science Foundation of China

One of the Highest International Impact Academic Journals of China (Humanities and Social Sciences)

A Core Journal in Humanities and Social Science in China

A Journal Indexed in the CSSCI

■ 谢中田 孙佼佼

旅游学方法论: 何来“主义”之争? ——与宋子千、张斌等人商榷

■ 姜辽 苏勤 杜宗斌

21世纪以来旅游社会文化影响研究的回顾与反思

■ 王录仓 李巍

旅游影响下的城镇空间转向——以甘南州郎木寺为例

■ 赵宏杰 吴必虎

大陆赴台自由行游客地方认同与休闲效益关系研究

Special for
Noel B. Salazar

2013.12



主 管 北京市教育委员会
主 办 北京联合大学旅游学院
出 版 《旅游学刊》编辑部
(www.lyxk.com.cn)

主 编 黄先开
执行主编 张凌云
副 主 编 吴巧红 孙业红

编辑部主任 吴巧红
编辑部副主任 孙业红
编 辑 刘 鲁 庞世明
魏云洁
(以姓氏汉语拼音为序)

本 期 执 编 刘 鲁
技 术 编 辑 王玉洁
英 文 译 校 Tony Fuller

印 刷 北京凯迅印刷有限公司
国内总发行 北京报刊发行局
国内订阅 全国各地邮局
国外发行 中国国际图书贸易总公司
本刊地址 北京朝阳区北四环东路99号
邮政编码 100101
电 话 (010)64900163 64909223
传 真 (010)64909224
E - mail lyxk@vip.sina.com

直接购阅 《旅游学刊》编辑部

发行联系人 张凤红 (010)64909224

广告经营许可证 京朝工商广字第0006号

广告联系人 王玉洁 (010)64909223

目 录 (月刊 第28卷 第12期 总第208期 2013年12月6日出版)

03 中国旅游发展笔谈——旅游与社会文化变迁(二)

Noel B. Salazar Alexis Celeste Buntun Jennifer Devine K. Thirumaran
黄宜瑜 谢素卿 林宛儒 秦 宇 高科

15 旅游学方法论:何来“主义”之争?

谢中田 孙佼佼

24 21世纪以来旅游社会文化影响研究的回顾与反思

姜 辽 苏 勤 杜宗斌

34 旅游影响下的城镇空间转向

王录仓 李 巍

46 区域旅游一体化能实现吗?

邹光勇 刘明宇

54 大陆赴台自由行游客地方认同与休闲效益关系研究

赵宏杰 吴必虎

64 民俗旅游产品创新中的顾客价值需求研究

黄 炜 陈 昕 王 丽

71 消费者旅游感知风险维度识别及差异分析

许 晖 许守任 王睿智

81 产品外部属性对跨境购物意愿的影响

雷 超

90 旅游吸引物权不可统一立法之辨析

张 琮 张德森

97 质量保证金的制度困境与旅游公共赔偿基金的建立

郑 晶

105 会展场馆选择标准研究述评

杨京波

116 国际视角与本土思维

魏云洁 庞世明

120 中国地理学会旅游地理专业委员会的回顾与展望

121 《旅游学刊》2013年(第28卷)1~12期总目录

彩页简目 彩插一 2013《旅游学刊》中国旅游研究年会

彩插二 2013《旅游学刊》第二期国际旅游研究高级研修班及年会论坛会场

封 三 2013《旅游学刊》中国旅游研究年会论文颁奖现场

本刊启事

1. 本刊实行同行专家匿名评审制度。
2. 本刊对所发论文享有中文专有出版权,请勿一稿多投。
3. 本刊对所发论文享有电子出版和信息网络传播权,如有异议,请事先声明。
4. 本刊不以任何形式收取版面费(举报电话:010-63094651)。

[期刊基本参数] CN11-1120/k * 1986 * m * 128 * zh * P * ¥20.00 * 14 * 2013-12

CONTENTS

Discussion Forum of Tourism Development: Tourism and Sociocultural

- Chang(II) Noel B. Salazar, Alexis Celeste Buntin, Jennifer Devine,
K. Thirumaran, HUANG Yiyu, XIE Suqing, LIN Wanru, QIN Yu, GAO Ke (03)

Tourism Research Methodology: Can an Argument about "Ism" Be Found?

- XIE Zhongtian, SUN Jiaojiao (23)

A Review and Reflection of Research on the Sociocultural Impacts of

- Tourism since the 21st Century JIANG Liao, SU Qin, DU Zongbin (33)

Urban Space Turn under the Influence of Tourism

- WANG Lucang, LI Wei (45)

Can Regional Tourism Integration Be Realized? SPNE Analysis based on

- the Salop Model ZOU Guangyong, LIU Mingyu (53)

A Study on the Relationship between Place Identity and Leisure Benefits for

Individual Visitors from Mainland China to Taiwan

- ZHAO Hongjie, WU Bihu (63)

A Research on Customer Value Demands in Folklore Tourism Product

- Innovation HUANG Wei, CHEN Ting, WANG Li (70)

Study on Dimension Identification and Variance Analysis of Consumers'

- Perceived Risk in Travel XU Hui, XU Shouren, WANG Ruizhi (80)

The Effect of Product Extrinsic Attributes on Willingness to Buy across

- the Border LEI Chao (89)

Analyses on Tourist Attractions Rights Can Not Being Legislated

- ZHANG Qiong, ZHANG Demiao (96)

Research on the Legislative Defects of Mainland China's Quality Bond System

and the Establishment of a Tourism Public Compensation Fund

- ZHENG Jing (104)

A Literature Review of Research on Site Selection Criteria for Meeting and

- Exhibition Planners YANG Jingbo (115)

Catalogue of Tourism Tribune No. 1 ~ 12, 2013 (Vol. 28) (124)



Monthly

Vol. 28, No. 12

December 6, 2013

Tourism Tribune, the only national gazette specialized in tourism to be distributed at home and abroad, is published monthly in Beijing.

The manuscripts are peer reviewed anonymously.

Sponsor: Tourism College of Beijing Union University

Published by the Editorial Office of *Tourism Tribune*

Editor-in-Chief: HUANG Xiankai

Executive Editor-in-Chief: ZHANG Lingyun

Associate Editor: WU Qiaohong, SUN Yehong

Editor: LIU Lu, PANG Shiming,
WEI Yunjie

(in alphabetical order)

English Editor: Tony Fuller

Our domestic readers can subscribe to *Tourism Tribune* from the local post offices.

Publication Code: 82 - 396

The subscription address for our foreign readers: China International Book Trading Corporation (Post Box: No. 399, Beijing)

Subscription Code: M1153

© All rights reserved. Use of data and information from this publication is authorized provided source is acknowledged.

E-mail: lyxk@vip.sina.com

Website: www.tourismtribune.cn

中国旅游发展笔谈

——旅游与社会文化变迁(二)

Doi:10.3969/j.issn.1002-5006.2013.012.001

- ☐ Noel B. Salazar 旅游想象的社会意涵
- ☐ Alexis Celeste Bunten 土著旅游与社会变迁
- ☐ Jennifer Devine 拉丁美洲的旅游与社会文化变迁
- ☐ K. Thirumaran 文化旅游的可持续原则与演化路径
- ☐ 黄宜瑜, 谢素卿, 林宛儒 遗产旅游体验价值研究: 以台湾新北市老街个案思考
- ☐ 秦宇 旅游与社会散思
- ☐ 高科 旅游视域中的宗教文化世俗化变迁

旅游想象的社会意涵

Noel B. Salazar

(Cultural Mobilities Research, IMMRC, Faculty of Social Sciences, University of Leuven, Parkstraat 45, Bus 3615, BE-3000 Leuven, Belgium)

制订旅行和度假计划往往牵涉到人类的想象能力或对他者的想象。关于异国他乡群体与地方的诱人形象与话语是如此重要,以至于一旦没有它们,旅游将变得稀少——如果并非全部没有的话。旅游者往往被鼓励把自己想象成身处天堂般美景之中,在那里,地方景观与人群通过被观察、被感知、被想象,从而被旅游者所消费^①。然而,由于想象总是置身于更广泛的社会文化架构中,目的地市场营销人员根本无法对其完全掌控。因此,我把想象界定为能够与人们的个体想象互动、并能被用于意义制造与世界塑造的社会传播的代表性组合体^②。

与一般意义上的想象类似,旅游想象有其功能:能够满足社会需要、热望与幻想。为获取利润丰厚的更为划算的旅游蛋糕,目的地及其居民的身份被无休止地(再)发现、(再)生产、(再)获取、(再)创造。在数个世纪的跨文化接触中,差异意象被不断地(再)建构。这些想象很大程度上依赖于文学、电影和艺术所形成的虚构世界及其给予群体与地方的“真实性”。对于社会文化的局内人与局外人来说,

谁代表什么、代表谁、如何代表都是有很大争议的话题^③。同时,旅游想象并非存在于真空之中,而是需要应付流行中的其他形象与观念。即使是同一个旅游者的多个旅游经历中,对目的地的想象仍然是可变的;而外部社会文化变化甚至可能彻底地“毁灭”对一个迷人的处女地的想象。

研究旅游想象看起来既让人兴奋又令人沮丧。就其本质而言,想象是无形的。因此,研究旅游想象的唯一途径应该是关注旅游想象得以传递的多种渠道和旅游想象得以可视化的图像、话语及其产生与形成的社会实践。借助于历史学与民族志方法的结合,我们可以评估想象活动、想象主体、想象的社会关系等,以及想象如何发生,如何成为现实,又如何灌输。因此,尽管想象的精确运作方式仍然隐藏在我们的视觉之外,但其运行逻辑可以从其可视化展示、从人们所言与所行加以推理。当旅游想象在社会实践中被清晰地表达出来,当旅游想象通过考古遗址、博物馆、媒体与文化产品而成为机构的化身,

① Skinner J, Theodossopoulos D. (Eds.). *Great Expectations: Imagination and Anticipation in Tourism* [M]. Oxford: Berghahn, 2011.

② Salazar N B. *Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond* [M]. Oxford: Berghahn, 2010.

③ Morgan N, Pritchard A. *Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating Identities* [M]. Chichester: John Wiley, 1998.

旅游想象开始变得有形化^①。

一系列源自社会想象及其话语的社会实践、意识形态和社会行为,微妙地影响到人们与他者的交往。想象如何确切地影响广大公众是一个尚难确定但却值得进行深入民族志研究的问题,尤其是对接待与消费的研究,而不是只停留在意识形态的评论上^②。图像、话语和观念各有其固有源头——旅游中,它们中的多数有明确而清晰的系谱渊源——但现在却在地球圈中不断移动,从而达到了新的高度,并且向他们最初离开的地方周期性地反馈信息。想象越久远,流动周期越长,追踪其起源难度越大。旅游想象的流动虽不规则但并不随意,它们的扩散是由限制移动的过程所决定的。为了更好地认识想象的流动与扩散,我们还需要研究引起这种运动可能与不可能的社会文化结构与机制。

借助于大众介导之主要叙事的想象与展望,旅游想象已经变得全球化。它们在世界范围内被发送、被转移、被接收、被积累、被转化、被储存^③。全球旅游从群体与地方最初的社会文本中,有效地挖掘出其形象与观念,并通过对它们的转化、合法化、机构化与分销使之变得可以获取。但通过对想象与文本的持续关注,旅游想象又很容易重新植入新的社会文本中,并借助地方指涉而建立其意义与价值。在一些旅游目的地(通常是比较稳定的地方),旅游想象是如此稳固且包罗万象而难以避免。在另一些目的地,旅游化的图像与观念因更具弥漫性而易于变化。旅游话语与想象的流动与循环,从很多方面看,是一个涉及诸多参与者的跨区域协商过程。它们的运行是以各种不同的方式协商的,本身既制约人们的生活,又创造新的主体位置,而不仅仅是单纯的预测。

总之,旅游想象既是社会文化又是环境停滞与变迁的有力推动者,还是身份建构、地方制造、持续文化发明过程中必不可少的重要因素。在非常多样的社会、非同寻常的场所、生产与消费的不同关系所形成的复杂联系中,旅游想象已经占据了中心位置。它们通常在旅游目的地,特别是物理与精神景观中引起共鸣。而后者,恰是当地居民、旅游中间商、旅游者想象交汇并偶尔引起冲突的地方。而当它们与权力产生关系,它们又开始变得永远无法保持政治中立。世界各地的人群与地方也就有了不同的形象。旅游想象能够产生足以塑造地方社会现实的强有力变革过程。当然,这种塑造通常是以非常复杂的方式进行且往往产生深远的影响。对于那些无法

理解想象如何被嵌入到地方、国家、区域与全球权力机构内部的旅游研究者与旅游从业者来说,他们决定强化力量以限制某些旅游实践与某些想象的能力将受到限制。而这种能力恰恰能够使新的霸权在新的权力场域中成为可能。因为,旅游想象具有重新协调政治与社会现实的能力。由此,本文所讨论的旅游想象这一复杂主题需要被置于多学科、跨学科,或更理想的是,超学科视角下加以研究。

(作者系比利时鲁汶大学人类学教授,欧洲社会人类学家协会主席(2013~2015),比利时青年学院委员,国际人类学和民族学联合会旅游人类学委员会主席,美国人类学家协会旅游人类学指导委员会成员;张进福译;收稿日期:2013-05-17,最后修改:2013-09-14)

土著旅游与社会变迁

Alexis Celeste Bunten

(Intellectual Property in Cultural Heritage, Simon Fraser University, Burnaby, British Columbia, Canada)

土著民族自他们初次招待探索性游客和早期殖民者始,就已经被卷入旅游中^④。最近,借助旨在通过旅游刺激经济而专门设计的行业走向与行业政策和对土著资源的开发,由土著拥有和经营的旅游已经不断扩大且蓬勃发展。旅游已经开辟了对外界表述的新领地,创造了社会运动扎根与成长的康庄大道。

过去的几十年里,我们目睹了对土著权利前所未有的认可,而且这种认可最终在2007年《联合国土著权利宣言》(United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples)中达到巅峰。自该文件的历史性发布始,全球土著已经见证了对他们自身存在的正式认可、祖先土地的回归、对过去不公正待遇的致歉、对非意愿发展的终止和对经济发展的金

① Wynn L. L. *Pyramids and Nightclubs: A Travel Ethnography of Arab and Western Imaginations of Egypt* [M]. Austin: University of Texas Press, 2007.

② Salazar N B, Graburn N H H. (Eds.). *Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches* [M]. Oxford: Berghahn, 2014.

③ Crouch D, Jackson R, & Thompson F. (Eds.). *The Media and the Tourist Imagination: Converging Cultures* [M]. London: Routledge, 2005.

④ 作者和格雷本把土著旅游定义为至少部分地由土著群体拥有或经营且与外来客人产生交换的任何服务或产品(Bunten Alexis and Nelson Graburn. Introduction: Current themes in indigenous tourism [J]. *London Journal of Sport and Creative Activities*, 2009, 2(1): 1-11).